

## ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ПРОФЕССИИ «СОЦИОЛОГ» КАК УСЛОВИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ТРУДА

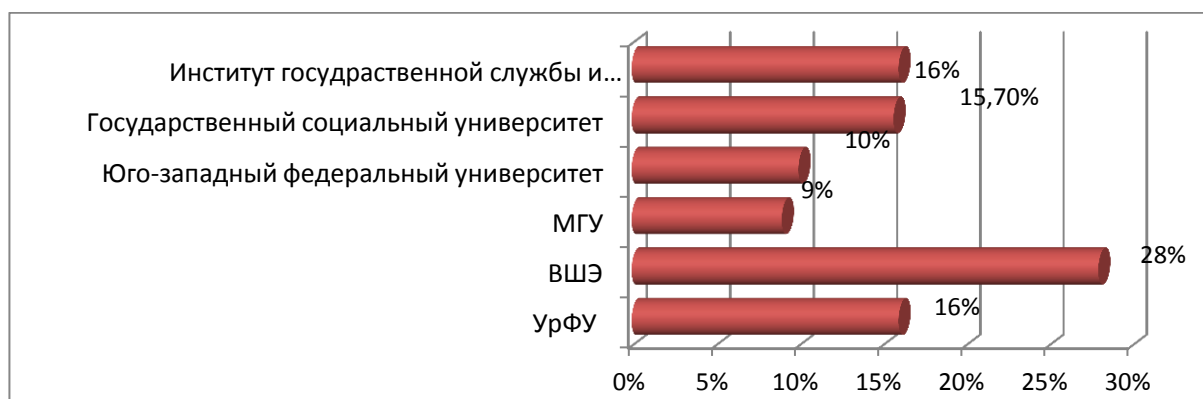
Становление любой профессии в обществе сопровождается формированием ее социальной идентичности как в профессиональном сообществе, так и в сознании людей, соприкасающихся с ней. Профессия «Социолог» относится к разряду публичных, попадающих в поле зрения множества социальных групп: политиков, журналистов, населения, предпринимателей и т.д. Для отечественного рынка труда идентичность профессии «Социолог» остается весьма размытой, потому что это сравнительно «молодая» для России профессия. Интересно, что проблемой определения «предметной области» своей профессии социологи начали заниматься больше века назад. Так, основатель первой в мире кафедры социологии в Чикагском Университете (1892 г.), автор первого учебника и профессионального журнала *American Journal of Sociology* Альбион Смолл еще в 1903 году проблематизировал в своей работе вопрос о социальной идентичности профессии «Социолог». В частности, он писал: «Вероятно, пройдет много времени, прежде чем обыкновенная публика ...научится правильно проводить границы между дутыми и подлинными социологами, подобные границам, разделяющим шарлатанов и настоящих научных работников в более старых профессиях. А пока наша задача – работать согласно нашим же собственным научным стандартам и заставить качество нашей работы говорить само за себя, помогая отличать социологию от подделок под неё» [1].

Анализ траектории развития отечественной социологии, позволяет говорить о двух, во многом параллельных тенденциях становления профессии «социолог» в течение последних 20 лет, что значительно влияет на формирование ее социальной идентичности в профессиональном сообществе. Параллельный характер этих тенденций, прежде всего, обусловлен разными истоками их формирования.

1. Речь идет о становлении российского социологического образования, задачей которого является воспроизводство кадрового корпуса российских социологов. В последние десятилетия его институализация носила буквально галопирующий характер. Если вначале 90-х в России было 6 выпускающих кафедр, то сегодня социологов готовят в 179 российских ВУЗах [2]. Своими концептуальными истоками российское социологическое образование восходит к просветительской традиции, с одной стороны, и универсалистской трактовке профессии, сложившейся в пору его философского и научно-коммунистического прошлого. Результатом и сегодня является размытая профессиональная идентичность и значительный разрыв между квалификационными характеристиками выпускников, представлениями о профессии преподавателей большинства департаментов социологии и реальными требованиями к специалистам со стороны той части профессионального сообщества, которая занята не только в академическом секторе. В частности, исследования, проведенные Б.С. Булановой в 2011г., показывают, что на большинстве выпускающих кафедр по-прежнему превалирует ориентация на воспроизводство преподавательского корпуса, отсутствуют ориентации в подготовке социологов на потребности российского рынка труда; отмечается отсутствие четких представлений о профессиональных нормах, квалификационных требованиях, профессиональных стандартах, а на сайтах кафедр привлекательность профессии позиционируется, как возможность быстро осваивать профессии маркетолога, менеджера, кадровика, рекламиста и т. д. [3]. Так, анализ

учебных планов по специальности: Социолог. Бакалавр. 040100.62 в шести российских университетах показал, что процент дисциплин профессионального цикла, имеющих прямое отношение к методологии и технологиям социологического исследования, обработке и анализу социологической информации, составляет в среднем 15-17% общего количества часов на подготовку бакалавров. Но именно бакалавры чаще всего идут работать специалистами – практиками, которые должны владеть технологиями социологического исследований, чтобы быть востребованными сегодня на отечественном рынке труда.

Рисунок 1. Доля дисциплин по методологии, методам сбора, анализа и обработки социологической информации в структуре учебных планов по специальности: Социолог. Бакалавр. 040100.62



Характерно, что рынок труда в лице рекрутинговых компаний отвечает точно таким же непониманием собственно «социологического ремесла».

С одной стороны, наиболее распространенная транскрипция профессии «Социолог» на отечественном рынке труда - технологическая. Под вакансией «Социолог» чаще всего подразумевается специалист по организации и проведению исследований.

С другой стороны, проделанный нами анализ 20 сайтов рекрутинговых агентств показал, что лейтмотив в рубрике профессия «социолог» выглядит примерно следующим образом: «Прикладные социологи занимаются маркетинговыми исследованиями в торговых фирмах, исследуют мнение

электората на предвыборных кампаниях, просчитывают эффективность проведения рекламных кампаний, составляют рейтинги для СМИ. И называться они могут соответственно маркетологами, аналитиками, политтехнологами. Собственно социологами работают единицы - это ученые, которые с помощью опросов населения и математической обработки данных выясняют, что реально происходит в обществе, раскрывают причины негативных явлений и дают рекомендации по улучшению ситуации» [4].

Другую тенденцию можно обозначить как интенсивное развитие в России прикладных социологических исследований в последние два с половиной десятилетия, что фактически привело к созданию новой отрасли информационных услуг с развитой рыночной инфраструктурой. По данным портала СОЦИОЛОГОС и Базы исследовательских компаний «Циркон» в РФ в 2013 работало более 575 исследовательских агентств [5]. Растет интерес пользователей социологической информации к вопросам ее качества, достоверности. Заказчики социологических исследований хотят иметь четкие ориентиры, позволяющие оценить уровень надежности результатов исследования, иметь представление о нормативном и организационном оформлении исследовательского проекта. Результаты социологических исследований составляют постоянный информационный фон в жизни россиян.

Формирование профессиональной идентичности в этом секторе отечественной социологии восходит к нескольким социологическим школам, в основном столичным, сложившимся в 70-е годы (ИС РАН, социологические факультеты МГУ, СПбГУ, социологические лаборатории УрГУ, Пермского университета и др.), которые фактически подготовили кадры профессиональных социологов к началу бума институализации 90-х. Кроме того, важной методологической основой данного направления стал опыт зарубежных исследовательских компаний, который они привнесли на отечественный рынок информационных услуг на рубеже 80-90гг.

Сегодня столичные и региональные компании по проведению социологических исследований создают тысячи рабочих мест, далеко не всегда привлекая к работе дипломированных социологов. Заметная часть социологов-исследователей работают внутри производящих и сервисных предприятий на территории России, где их компетенции сильно размыты. Заказчиками исследований выступают органы власти всех уровней, научное сообщество, производители товаров и услуг. Результаты социологических и маркетинговых исследований рассматриваются как информационное обеспечение разработки законопроектов, стратегий ведения бизнеса и реализации социальных программ.

Однако, представления о профессии «социолог» остаются весьма приблизительными. Онлайн опрос в социальных сетях непрофессионального профиля показал, что 65 % не знают определенно, чем занимаются социологи, а 75 % не стали бы ее рекомендовать молодому поколению, считая ее востребованной только в самых крупных городах (64%) или вовсе невостребованной (15%) [6].

Рис.2 Оценка востребованности профессии «Социолог» по мнению пользователей социальных сетей, % от числа опрошенных

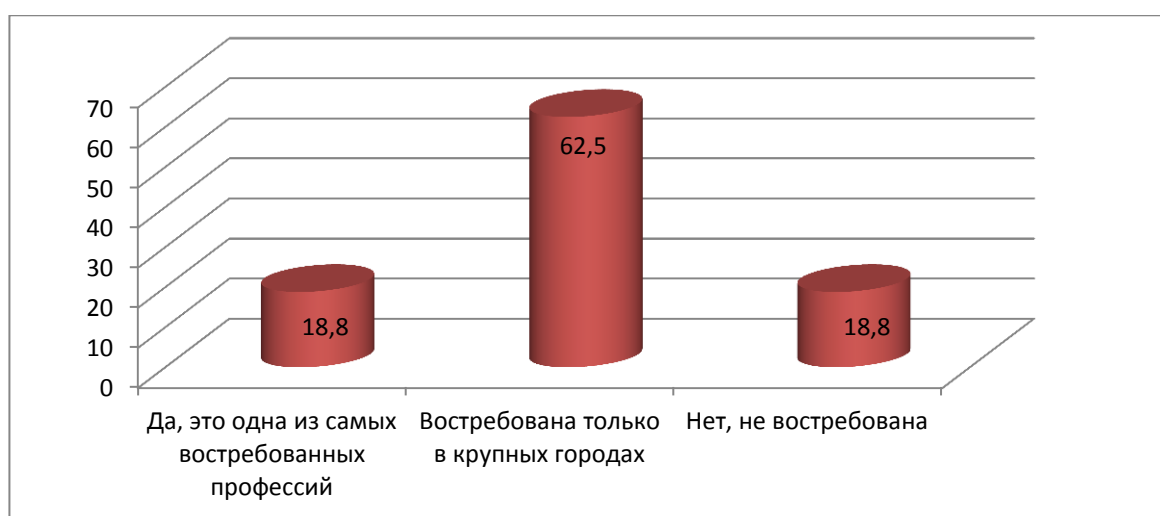
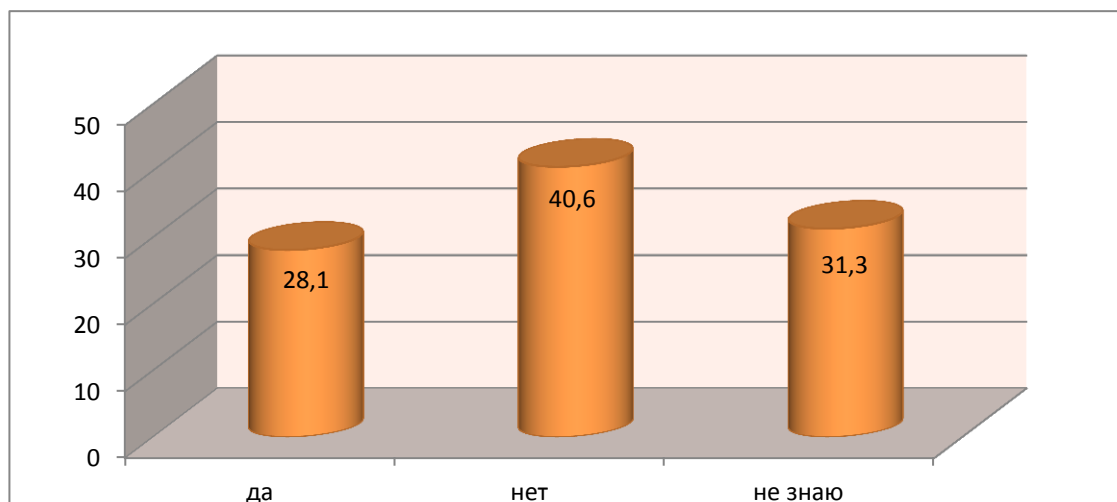


Рис. 3. Готовность пользователей социальных сетей рекомендовать профессию молодежи, % от числа опрошенных



По какому пути может пойти сближение двух обозначенных выше тенденций, чтобы в итоге могла выиграть профессия «социолог»?

«Индустрия» маркетинговых и социологических исследований предполагает формирование корпоративной культуры, профессиональных норм и стандартов исследовательских практик. Потребность в профессиональных нормах и стандартах отражается в том, что они создаются на уровне профессиональных объединений социологов, например, профессиональные нормы разработаны Российским обществом социологов (РОС), Ассоциацией региональных социологических центров «Группа 7/89» и др. и предназначены для внутреннего пользования.

Однако, утвержденных на государственном уровне профессиональных стандартов, характеризующих профессию «социолог», не существует [7]. Эта коллизия создает ряд отраслевых проблем. В частности социологи, выпускающиеся российскими вузами, не имеют навыков, необходимых для работы в социологических исследовательских организациях. К большому сожалению, стандарт высшего социологического образования третьего поколения в настоящее время отстает от реальной исследовательской практики, и теоретически образованные выпускники зачастую не могут

применить полученных знаний на практике без дополнительной переподготовки.

Исследовательским компаниям приходится длительно стажировать и во многом переучивать выпускников вузов с профильным социологическим образованием.

Точкой сближения обозначенных тенденций могут стать стандарты профессии «Социолог», которые будут способствовать решению целого вороха проблем, и, в первую очередь, приведению в соответствие требованиям рынка труда в области исследовательской индустрии стандартов высшего социологического образования.

В конечном счете, появление такого стандарта в государственном реестре профессий даст возможность преподавателям высшей школы откорректировать свое понимание миссии специалиста–социолога, а работодателям – сфер приложения социологического образования, повысит конкурентоспособность отечественных специалистов–социологов на отечественном рынке труда.

#### Литература

1. Small A.W. What is a Sociologist? // American Journal of Sociology. 1903. №8. P.468-477
2. [http://www.moeobrazovanie.ru/specialities\\_vuz/sociologiya.html](http://www.moeobrazovanie.ru/specialities_vuz/sociologiya.html)
3. Буланова М. Б. Социологическое образование в региональных вузах России // Социологические исследования. – 2011. - № 10, С. 37
4. В частности, <http://www.profguide.ru/professions/art-id-646.html>; <http://9955599.ru/specialization.php?id=149&page=4&abc=%D1>; <http://www.rabotagrad.ru/information/164/506>; <http://www.profi.ua/prof/view/150/>, и т.д. всего N=20
5. <http://www.sociologos.ru/ispolniteli/>

6. Исследование проводилось по инициативе кафедры прикладной социологии УрФУ (автор – О.В. Рыбакова) в январе 2014г. методом структурированного интервью на основе ресурса <http://anketolog.ru/> Размещалась в социальных сетях: Вконтакте, Одноклассники, Твиттер, N =
7. См. Реестр областей и видов профессиональной деятельности Министерства труда и социальной защиты. <http://profstandart.rosmintrud.ru/reestr-oblastej-i-vidov-professionalnoj-deatelnosti>

Рыбцова Л.Л.,  
г. Екатеринбург

## О САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ С ПЕРВОИСТОЧНИКАМИ

На первый взгляд, может показаться, что незачем обсуждать важность проблемы работы студентов с литературой, с текстами – ведь и так понятно, что это важнейшие источники информации. Но наблюдения свидетельствуют о том, что с появлением электронных ресурсов информации, снижением общей языковой культуры студентов, последние достаточно небрежно и снисходительно относятся к текстам. В. А. Попков и А. В. Коржуев в своей известной книге «Теория и практика высшего профессионального образования», обращаясь к проблемам вузовского учебного процесса, отмечают, что современный студент в большинстве случаев не умеет учиться, не знает, как это делать [1, с.70-71]. И в результате, готовясь к контрольной работе, коллоквиуму или зачету, студент за один вечер пытается «освоить» материал. Действительно, зачем нужно работать над